

「Covid-19 による変化と、10 年後の観光メガトレンド」

11/22/2022 Online セミナー by EY Japan コンサル 平林氏

1 ツーリズムを取り巻く直近の環境

① Covid-19 により国内観光は半分以下、足元でやや回復傾向

宿泊・日帰り旅行者数：'19/68,000 人 ⇒ '20/29,000 人、'21/27,000 人
比率はほぼ半々

同 消費額：'19/22 兆円 ⇒ '20/10 兆円、'21/9 兆円、宿泊が 75%

② '22 年直近（7 月時点）の海外における訪問客数の対 19 年比

中東は 19 年同等水準に回復、欧米アフリカは 80%程度
水際対策が遅れたアジアは 20%程度に。

③ 同上 アジア・パシフィックの状況

オセアニアは 50%回復、東南アジアは 40%へ回復も、日本を含む北東アジアは
8%程度の水準で低迷。

2 加速化するツーリズムの 3 つの変化

① ツーリズムの概念の変化

- ・域外の需要を域内消費に繋げる ⇒ ・域外のツーリストにも観光コンテンツを販売、消費に繋げることも追加
- ・観光地への移動が前提
- ・デジタルによる疑似ツーリズムの増加

② ツーリズムに求める価値基準の変化

- ・安さと利便性重視で観光を選択 ⇒ ・対価を払っても観光地の安心、安全、衛星環境を重視
- ・サステイナブルな観光重視

③ ツーリストと観光地のパワーバラの変化

- ・域外からの観光客誘致を優先 ⇒ ・感染予防等ルールを守らない観光客拒否も。
（観光地が相対的に弱くツーリストが強い）（観光地の立場が逆転）
- ・安価にサービスを提供しがち
- ・適正な対価を求め持続可能な観光へ

3 ツーリズムの未来（10年後のメガトレンド）

6つのメガトレンドが考えられ、観光関係がより深く
なってゆくこと。

（これまでのツーリズム）

（将来のツーリズム）

【観光客】

① ツーリズムの対象

わかりやすい非日常が観光対象 ⇒ 日常のツーリズム化、個々のニーズに応じ創出

② ツーリズムの捉え方

仕事とツーリズムが対置 ⇒ ツーリズムの日常化、境界があいまい化

【関係事業者】

③ 事業者と観光客の関係

一次的、一方的なサービス提供が

主で疎な関係

⇒

持続的、双方向的な密な関係

観光客が労働力やK-Hを提供するなど、

双方向の関係が創出

④ 関係事業者間の関係

自社収益最大化を追求、同業者
との連携意識希薄（個別最適）

⇒ 地域内、業界内で事業者同士連携（全体最適）
多様化、個別化するニーズに単独で対抗できず
連携が進展

【観光地】

⑤ 事業者と観光客の関係

地域内での交流や連携意識希薄

⇒

双方向関係を重視、コミュニティの新陳
代謝を主導促進する役割に注力

⑥ 重視する価値

観光客を集めるため其の
短期的便益を最優先する結果、

⇒ 地域と観光客の便益を優先し、持続可能な
観光地を実現

オーバーツーリズム、地域の環境、
文化への悪影響顕在化

以上